

【調査報告】

愛知県における多言語表示状況調査

—— デパートを対象に ——

小 柴 一 騎

1. はじめに

1.1. 研究の背景と目的

日本で外国人の急増が話題になり始めたのは 1990 年代である。近年の経済不況で、2009 年の 218 万人をピークに、中・長期的に日本に滞在する在日外国人の数は頭打ちとなったが、それでも 2013 年には 207 万人を記録している。外国人の人口は、ほぼ長野県の人口に匹敵する。また、「観光立国」をめざす政府は、2003 年以降、「訪日外国人旅行者 1000 万人」を目標にビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）などに取り組んできており、日本を訪れた外国人旅行者やビジネスマンの数は、2013 年に初めて 1000 万人を超えた。

愛知県に限ってみると、県内の外国人登録者数は 1991 年の 9 万 8 千人から 2013 年には 19 万 8 千人にまで増加し、全国 3 位と非常に多い県となっている。県内の市町村別にみると、名古屋市が 6 万 4 千人と最も多い。

外国人の増加にしたがい、1990 年以降、日本語以外の言語を含む表示に関するガイドラインやマニュアルが自治体や国などの公的機関によって提案されるようになってきた。これは愛知県も例外ではない。愛知県では、国籍や民族などにかかわらず、すべての県民が互いの文化的背景や考え方などを理解し、住民としてともに安心して暮らせ活躍できる地域社会づくりを進めるために、2008 年 3 月に「あいち多文化共生推進プラン」を策定している。これ以前にも、2003 年 3 月に策定された「愛知県国際化推進プラン」や 2004 年 3 月に策定された「国際交流大都市圏構想」などがあるが、「あいち多文化共生推進プラン」では多言語での情報提供の充実に関する施策の展開もなされている。こ

のように、推進プランが策定されるなど多言語対応の標準化が進み、公共の場での多言語表示も増加してきている。公共の場における多言語表示は一般化してきていると言ってもよいだろう。

本稿では愛知県内のデパートを対象に多言語表示の現状について調査し、愛知県内の商業施設における多言語表示に関する基礎的資料を提示したい。本稿で対象とする商業施設の場合、来店する外国人客の増加が予測され、外国人客への情報提供の必要性も高まってきていると考えられる。

なお、調査結果については、調査時期の差はあるものの、東京圏のデパートにおける多言語表示状況の調査結果（田中、2007a）、静岡市内のデパートにおける多言語表示状況の調査結果（谷、2010）と比較してみたい。そうすることにより、愛知県の地域的特性があるかどうか等について明らかにしたい。

1.2. 先行研究

デパートの多言語表示に関する研究としては、井上（2001）、井上（2009）、田中他（2007a）、田中他（2007b）、田中（2009）、谷（2010）がある。

井上（2001）は、1988年における東京圏のデパートのパフレットの使用言語と使用言語数を示したもので、銀座の多言語化や新宿での英語・中国語の進出が目立つことを指摘している。また、「実質的内容の多言語表示の不足」や「日本人向けの多言語表示もある。イメージとして、国際的企業の印象を与え、かっこよさと結びつけようとする」といった点も指摘されている。

井上（2009）では、東京圏のデパートにおける、1988年の調査結果と2004年の調査結果とを比較している。この16年の間に、外国語の使用は平均1.4言語から2.1言語へと、そして総数では1.5倍に増えたことが報告されている。また、2004年の調査では、新宿・池袋のデパートで日英中韓の表示が目立ち、これは中韓の買い物客の増加が主因と考えられること、一方、銀座では英仏西の表示が目立ち、仏語表示が多いことは顧客の要望以外に店舗のイメージアップとしての目的があるものと推測されること、等が指摘されている。

田中他（2007a）、田中他（2007b）、田中（2009）では、2005～2007年にかけて、東京23区内および東京近郊のデパートの、パンフレット・店内掲示（全館案内図）・閉店時放送（店内放送）・インターネットのホームページ（以
(24)

下、HP)の使用言語と使用言語数が調査されている。本稿の調査に関係する指摘としては、以下のようなものがある。パンフレットは23区内のデパートが多く、言語に対応している一方、東京郊外は日本語のみが主流となっている。23区内では日英中韓の4カ国語が先行し、地域によっては日英中韓に+(西欧系言語)を加え、対応言語数が多い。店内掲示(全館案内図)は23区内のデパートがやや東京近郊よりも使用言語数が多いが、いずれも平均2言語以下。使用言語は日英が多い。HPは23区内のデパート24店舗中5店舗が多言語対応を行っており、東京近郊のデパートは14店舗全てが多言語対応していなかった。また多言語対応しているデパートのHPにおいて、日英簡(簡体字)繁(繁体字)韓対応が1店舗、日簡繁韓対応が1店舗、日英繁韓対応が1店舗、日英簡繁韓仏対応が1店舗、日英対応が1店舗であり、新宿地区のデパートの多言語化が目立つ。

谷(2010)では、2008年における、静岡県内のデパート6店舗のパンフレット、HP、店内掲示(全館案内図)の多言語表示状況が調査されている。この論文では、以下のような指摘が為されている。パンフレットでは、平均使用言語数は2.2となり、静岡は東京23区と東京近郊の中間に位置している。HPに関しては、平均使用言語数は1.2となり、東京圏とほぼ同様の結果となった。店内掲示(全館案内図)に関しては、平均使用言語数は2.0となり、こちらも東京圏の調査結果とほぼ同様であった。また、外国語が使用される場合は、英語のみの対応であった。

1.3. 調査概要

愛知県内のデパートの調査は、下記の通り実施した。下記の調査のデータに基づき、報告を行う。

【調査対象デパート店舗】

今回は中部百貨店協会に加盟する店舗に限定した。中部百貨店協会とは、日本百貨店協会を上位団体とする百貨店業界の業界団体である。「愛知県・岐阜県・三重県・富山県及び石川県の百貨店業の健全な発達を図り、もって消費者の利益に寄与すること」を目的としている。

具体的には、以下の店舗が対象になる。

名古屋市内 7 店舗

(株)ジェイアール東海高島屋 ジェイアール名古屋タカシマヤ (以下、JR 高島屋)

(株)近鉄百貨店 名古屋店近鉄パッセ (以下、近鉄パッセ)

(株)大丸松坂屋百貨店 松坂屋名古屋本店 (以下、松坂屋名古屋本店)

(株)名古屋三越 栄店 (以下、栄三越)

(株)名古屋三越 星ヶ丘店 (以下、星ヶ丘三越)

(株)丸栄 栄本店 (以下、丸栄)

(株)名鉄百貨店 名古屋本店 (以下、名鉄百貨店本店)

名古屋市外 4 店舗

(株)そごう・西武 西武岡崎店(岡崎市) (以下、西武岡崎)

(株)大丸松坂屋百貨店 松坂屋豊田店(豊田市) (以下、松坂屋豊田店)

(株)ほの国百貨店(豊橋市) (以下、ほの国百貨店)

(株)名鉄百貨店 一宮店(一宮市) (以下、名鉄百貨店一宮店)

計 11 店舗

【調査時期】

2014 年 9～11 月

【実施方法】

臨地調査及び HP 調査

【調査項目】

パンフレット、店内掲示(全館案内図)、HP。なお、パンフレットについては、店舗を紹介するパンフレット、店舗ごとに常備されているパンフレットを対象とした。臨時的なものや催し物のお知らせ等は対象としなかった。

1.4. 調査結果全体の概要

調査結果全体を概観するために、パンフレット、HP、店内掲示(全館案内図)の調査結果を図 1(名古屋市内)、図 2(名古屋市外)として示す。図 1、2 を地域差の観点から比較すると、どの調査項目においても、名古屋駅周辺や栄など都心部の店舗が多く、ほの国百貨店など名古屋市外の店舗では[日]・[英]の 2 言語が主流であることが分かる。また店舗差の観

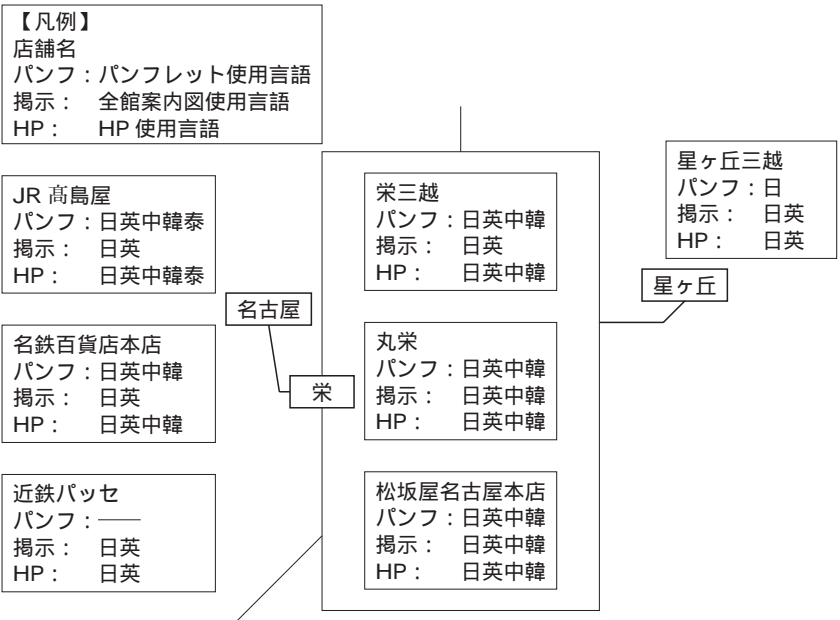


図 1 愛知県内デパート言語景観調査結果（名古屋市内）

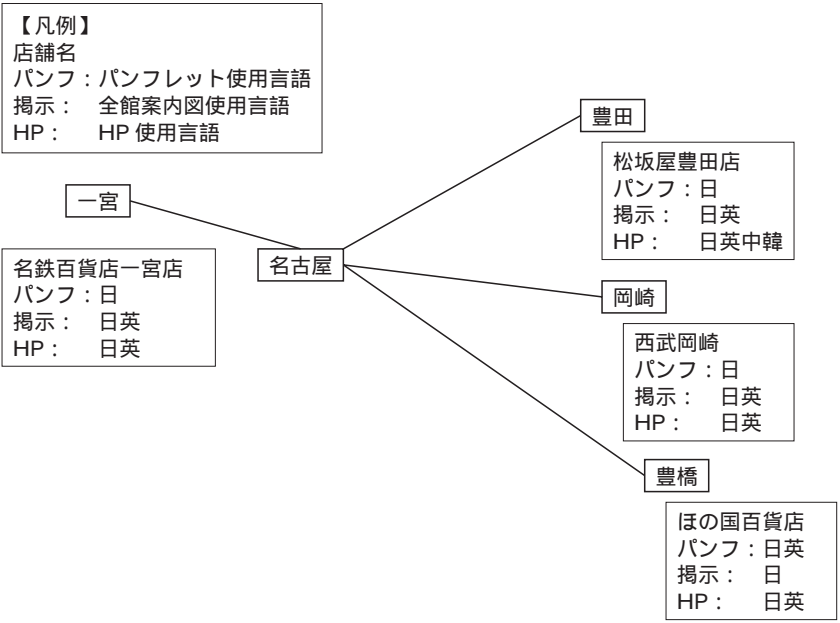


図 2 愛知県内デパート言語景観調査結果（名古屋市内）

点から比較すると、近鉄パッセや星ヶ丘三越などは名古屋市内に店舗を構えるにも関わらず、ほぼ「日」単言語対応が主流であることが分かる。このことから、名古屋市内においても店舗による差があることが目立つ。

調査項目別にみると、HP がもっとも多くの言語に対応しており、ついでパンフレット、店内掲示（全館案内図）となっている。

これらのことから、デパートにおける多言語表示状況に関して、地域差、調査項目による差があることが分かる。以下では、調査項目別に地域・店舗差について報告する。

2. パンフレットの調査報告

各店舗から収集したパンフレットの調査結果について報告する。パンフレットには分冊形式、合本形式、地図状のものと様々あるが、その形式の区別はせず集計した。使用されている言語と使用言語の使用度合いを調査した。今回はパンフレット上に1箇所でも翻訳されている箇所があれば、使用言語としてカウントした¹。以下、平均使用言語数と言語の組み合わせの2つの観点から報告を行う。データが得られたのは、名古屋市内6店舗、名古屋市外4店舗の合計10店舗である²。

2.1. パンフレットの使用言語数からみる地域差・店舗差

地域ごとの使用言語数を多い順に示したものが図3である。全体の平均使用言語数は2.5となっている。名古屋市外は1.3とほぼ「日」単言語状態であるが、名古屋市内は3.1と使用言語数が多い。

名古屋市内の地域差もはっきりとしており、名古屋駅周辺や栄などの都心部に店舗を構える5店舗は平均4.2と多い。しかし都心部から少し離れた星ヶ丘三越はほぼ「日」単言語状態である。

図1から使用言語数のとくに多い店舗をあげると、JR 高島屋5となっている。また、同じく都心部に店舗を構える名鉄百貨店本店4、松坂屋名古屋本店4、丸栄4、栄三越4は同数となっている。外国人観光客や在日外国人が多く、多言語化の進行する地域に位置するデパートの本店や旗艦店となる店舗のパン

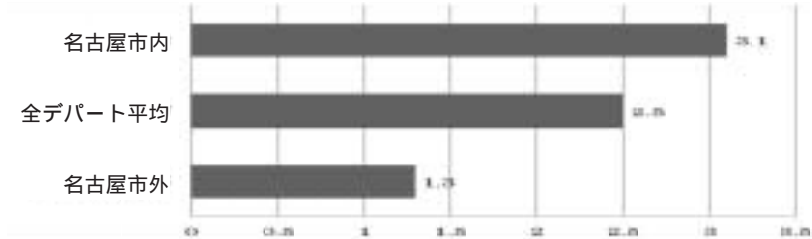


図3 パンフレットの地域別使用言語数（降順）

フレットに、顕著に使用言語数が多い。
名古屋市外で日本語以外の言語に対応しているのは、豊橋市にあるほの国百貨店の【日・英】のみであった。

2.2. パンフレットの使用言語の組み合わせからみる地域差・店舗差

パンフレットの使用言語の組み合わせのパターンを地域別に示す（図4）。全店舗においては、多い順に【日】4店舗、【日・英・中・韓】3店舗、【日・英】1店舗、【日・英・中・韓・泰】1店舗となっている。名古屋市内は【日・英・中・韓】が主な組み合わせであり、JR高島屋のみ【日・英・中・韓・泰】の5カ国語に対応している。JR高島屋のみタイ語に対応していることは興味深い。名古屋市外は【日】単言語が主流で、1店舗だけ【日・英】2カ国語の組み合わせであった。多言語対応先行地域では、【日・英・中・韓】パターン、そうでない地域は【日】単言語というパターンであることが分かる。しかし、ほの国百貨店が【日・英】2カ国語表示をしており、名古屋市外でも多言語対応が始まってきている兆しが確認できた。

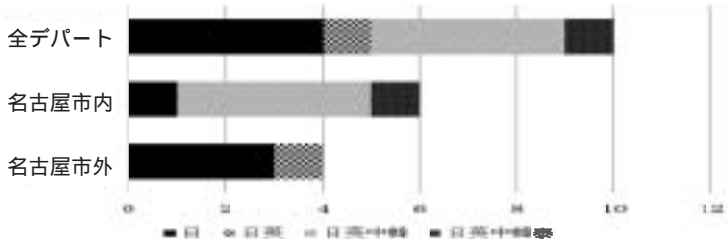


図4 地域別言語の組み合わせ（降順、パンフレット）

3. 店内掲示（全館案内図）の調査結果

各店舗から収集した店内掲示（全館案内図）において使用されている言語について、報告を行う。全館案内図とは、各店舗の1階正面入り口に掲出されているデパート全体の案内を記した図のことである。店舗名の表記言語、各階の案内、外国語で情報提供されている内容（外国語名）について調査対象とした。以下では、使用言語数と言語の組み合わせの観点から報告する。データを得られたのは、名古屋市内7店舗、名古屋市外4店舗の合計11店舗である。

3.1. 店内掲示の使用言語数と使用言語の組み合わせからみる地域差・店舗差

店舗名の表記言語、各階の案内、外国語で情報提供されている内容（外国語名）を示したものが表1である。

店舗名を〔日・英〕で表記している店舗が10、〔日〕のみの表記が1店舗であった。各階の案内とはその階でどのような商品やサービスを扱っているか説明するものであるが、〔日・英・中・韓〕が2店舗、〔日・英〕が4店舗、〔日〕のみの表記が5店舗であった。近鉄パッセや星ヶ丘三越など店舗名を〔日・英〕表記としながら、各階の案内は〔日〕のみとしている4店舗は、英語をアクセ

表1 店内掲示（全館案内図）に関する調査結果

	店舗名の表記言語	各階の案内	外国語で情報提供されている内容（外国語名）
JR 高島屋	日・英	日・英	なし
名鉄百貨店本店	日・英	日・英	なし
近鉄パッセ	日・英	日	なし
松坂屋名古屋本店	日・英	日・英・中・韓	なし
丸栄	日・英	日・英・中・韓	なし
栄三越	日・英	日・英	なし
星ヶ丘三越	日・英	日	なし
西武岡崎	日・英	日・英	なし
ほの国百貨店	日	日	なし
名鉄百貨店一宮店	日・英	日	なし
松坂屋豊田店	日・英	日	なし

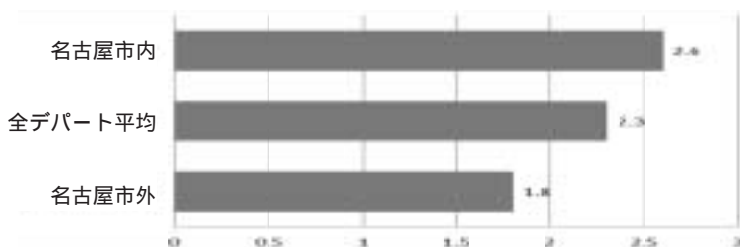


図5 地域ごとに使用されている平均言語数（降順、店内掲示）

サリ一的表記として扱っていると推測できる。外国語で情報提供している内容（外国語名）はどの店舗でも確認できなかった。トイレやエスカレーター・非常階段などはピクトグラム³で表示している店舗が多かった。

また、地域ごとに使用されている平均言語数を示したものが図5である。デパート全体の平均は2.3となっている。2言語使用の場合、言語の組み合わせは〔日・英〕のみである。ほの国百貨店のみ完全に〔日〕単言語状態である。全11店舗のうち、松坂屋名古屋本店と丸栄のみ〔日・英・中・韓〕の4言語使用である。

4. HP の調査結果

各店舗のHPの調査結果について報告する。店舗名の表記言語、言語変換ボタン⁴の有無、メニューバーの表記言語、備考として他言語によるpdfファイル⁵の有無について調査し、データを得られたのは、名古屋市内7店舗、名古屋市外4店舗の合計11店舗である。以下では、使用言語数と言語の組み合わせの観点から報告する。

4.1. HP の使用言語数と使用言語の組み合わせからみる地域差・店舗差

店舗名に使用されている表記言語、言語変換ボタンの有無、メニューバーの表記言語、他言語によるpdfファイルの有無を示したものが表2である。店舗名を〔日・英〕で表記しているのが11店舗、言語変換ボタンがある店舗が3店舗、メニューバーの表記言語を〔日〕のみで表記しているのが6店舗、〔英〕

表 2 HP に関する調査結果

	店舗名の 表記言語	言語変換の有無	メニューバーの 表記言語	pdf ファイルの 有無
JR 高島屋	日英	なし	日英	有 (日英中韓泰)
名鉄百貨店本店	日英	なし	日英	有 (英中韓)
近鉄パッセ	日英	なし	英	なし
松坂屋名古屋本店	日英	あり (英中韓)	日	なし
丸栄	日英	なし	日英	有 (日英中韓)
栄三越	日英	あり (英中韓)	日	なし
星ヶ丘三越	日英	なし	日英	なし
西武岡崎	日英	なし	日	なし
ほの国百貨店	日英	なし	日	なし
名鉄百貨店一宮店	日英	なし	日	なし
松坂屋豊田店	日英	あり (英中韓)	日	なし

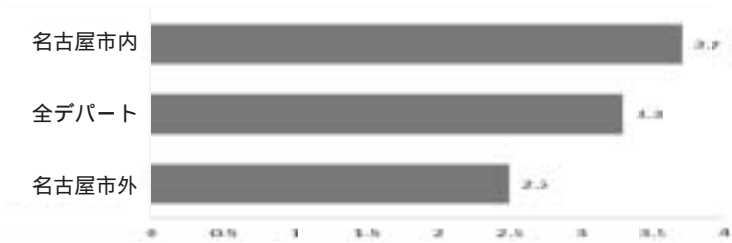


図 6 地域ごと使用されている平均言語数 (降順、HP)

のみで表記しているのが 1 店舗、[日・英] で表記しているのが 4 店舗であった。また他言語による pdf ファイルがダウンロードできる店舗は 3 店舗であった。言語変換ボタンをもつ 3 店舗はいずれも [英・中・韓] に対応しており、他言語による pdf ファイルがダウンロードできる 3 店舗中 2 店舗は [英・中・韓] であり、JR 高島屋のみ [英・中・韓・仏・泰] であった。また、地域ごとに使用されている平均言語数を示したものが図 6 である。デパート全体の平均は 3.3 となっている。

近鉄パッセ、星ヶ丘三越、西武岡崎、ほの国百貨店、名鉄百貨店一宮店は店舗名やメニューバーに英語が使用されているが、実質的情報を提供するページや機能が存在しないことから、アクセサリ的に英語が使用されているといえる。

表3 パンフレット・全館案内図・HP 地域別平均使用言語数

地 域	パンフレット	全館案内図	HP
名古屋市内	3.1	2.6	3.7
名古屋市外	1.3	1.8	2.5
全デパート平均	2.5	2.3	3.3

5. 調査項目間の関係

5.1. 項目間の比較

パンフレット、店内掲示（全館案内図）、HP の 3 項目を比較する。それぞれの地域別平均使用言語数を示したものが表 3 である。

全体の平均使用言語数をみると、パンフレット 2.5、全館案内図 2.3、HP3.3 と、HP で使用されている言語数が最も多いことが分かる。名古屋市内では、パンフレット 3.1、全館案内図 2.6、HP3.7 と、どの項目においてもほぼ 2 言語以上の対応をしていることが分かる。対して、名古屋市外はパンフレット 1.3、全館案内図 1.8、HP2.5 と HP を除いて使用言語数が 2.0 未満で、ほぼ [日] 単言語状態に近い。

3 つの観点から総合的に愛知県内を地域別にみると、名古屋市内が最も多くの言語に対応しており、その中でも JR 高島屋、名鉄百貨店本店、松坂屋名古屋本店、栄三越などが店舗を構える名古屋駅周辺・栄周辺が突出して対応言語数が多いことが分かる。同じ名古屋市内でも名古屋駅や栄から一步離れた星ヶ丘に店舗を構える星ヶ丘三越は、[日] 単言語状態に近い。

6. 先行研究との比較

パンフレットにおける平均使用言語数について先行研究と比較した結果が表 4 である。田中（2007a）は 2005 年の調査であるが、東京 23 区内では [日・英] 2 言語から [日・英・中・韓] 4 言語 + （西欧系言語）化が進行しており、近郊では [日] 単言語から [日・英] 2 言語化が進行しているとしている。本稿の調査では、愛知県内（平均）は東京 23 区内（2005 年時点）と静岡市内

表 4 先行研究との比較：パンフレット地域別平均使用言語数

	田中他 (2007a) (2005 年調査)	谷 (2010) (2008 年調査)	本稿調査 (2014 年調査)
東京 23 区内	3.4		
東京近郊	1.3		
静岡市内		2.2	
名古屋市内			3.1
名古屋市外			1.3
愛知県内 (平均)			2.5

(2008 年時点) の中間に位置していることが分かった。しかし、東京 23 区内と名古屋市内、東京近郊と名古屋市外はほぼ同じ数値を示しており、名古屋市内では東京 23 区内と同様に [日・英・中・韓] 4 言語 + (ただし、非西欧系言語) 化が進み、名古屋市外では東京近郊とは対照的に未だ [日] 単言語が主流であることが分かった。

次に、全館案内図における平均使用言語数について先行研究の結果と比較したのが表 5 である。田中他 (2007a) の調査によると、全館案内図に関しては東京 23 区内が東京近郊よりもやや使用言語数が多いが、平均値は 2.0 未満であるとしている。つまり、外国語が使用される場合の組み合わせはほぼ [日・英] のみの対応となっていることが分かる。しかし、本稿の調査では愛知県内の平均使用言語数は 2.3 と、東京 23 区内 (2005 年時点) ・静岡市内 (2008 年時点) のいずれをも上回る結果となった。

最後に、HP における平均使用言語数について先行研究の結果と比較した (表 6)。田中他 (2007b) によると、デパートの HP に関しては東京 23 区内と東京近郊で違いはなく、実質的内容は日本語に絞込んだ運営をしていると指摘している。本稿の調査結果では、東京 23 区内 (2005 年時点) と静岡市内 (2008 年時点) を顕著に上回る結果が出た。急速なネット社会の発達、ならびに HP はパンフレットや店内掲示よりも低コストで多言語化対応できるという点から伸びたと推測できる。

表 5 先行研究との比較：全館案内図地域別平均使用言語数

	田中他 (2007a) (2005 年調査)	谷 (2010) (2008 年調査)	本稿調査 (2014 年調査)
東京 23 区内	1.9		
東京近郊	1.5		
静岡市内		2.0	
名古屋市内			2.6
名古屋市外			1.8
愛知県内 (平均)			2.3

表 6 先行研究との比較：HP 地域別平均使用言語数

	田中他 (2007a) (2005 年調査)	谷 (2010) (2008 年調査)	本稿調査 (2014 年調査)
東京 23 区内	1.6		
東京近郊	1.0		
静岡市内		1.2	
名古屋市内			3.7
名古屋市外			2.5
愛知県内 (平均)			3.3

7. 考察

7.1. 全体的な傾向

愛知県内のデパート 11 店舗を対象とした、2014 年の調査時点における多言語表示状況について、パンフレット、店内掲示（全館案内図）、HP の各項目について報告を行ってきた。

これまでの結果から、愛知県内のデパートにおける多言語表示状況において、(1) 地域差、(2) 調査項目間の差、(3) 特異な店舗の存在が明らかになった。今回の調査の結果における地域差から、東京圏の調査結果とほぼ同様に、愛知県内の多言語化は次のようなプロセスで進捗しつつあると指摘できる。

〔日〕 〔日・英〕 〔日・英・中・韓〕 〔日・英・中・韓＋ 〕

名古屋市内では〔日・英・中・韓〕から〔日・英・中・韓＋ 〕の段階（ただし、 の内容については、東京圏とは差異がある）、名古屋市外では〔日〕

表 7 平成 25 年（2013 年）の訪日外国人旅行者数と公用語

順位	国・地域	人数	主要言語
1	韓 国	245 万人	韓
2	台 湾	221 万人	中（繁体字）
3	中 国	131 万人	中（簡体字）
4	米 国	79 万人	英
5	香 港	74 万人	中（簡体字）、英
6	タ イ	45 万人	タイ
7	オーストラリア	24 万人	英
8	英 国	19 万人	英
9	シンガポール	18 万人	英、マレー、中、タミル
10	マレーシア	17 万人	マレー、英

から「日・英」の段階にあるとみられる。今後、さらに多言語化が進行していくと考えられる。

「日・英・中・韓」化が進行している背景として、訪日外国人旅行者の内訳上位国・地域で使用される言語との関係が推測される。表 7 は 2013 年度の訪日外国人旅行者の内訳上位 10 カ国（地域）とその主要言語⁶を示したものである。韓国からの来訪者が最も多く、また、その他の国・地域の多くで、中国語、英語が主要言語になっていることが分かる（タイは例外）。

また、もう一つ指摘できるのが、外国人観光客に向けた多言語化政策や施策との関連である。「観光立国」をめざす政府は、ビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）などに取り組んできた。また、愛知県では 2008 年 3 月に「あいち多文化共生推進プラン」を策定している。これは、外国人を「ゲスト」としてではなく、ともに暮らし地域をつくっていく「生活者」と位置づけて、多文化共生社会を作っていく方針を示したものだ。「あいち多文化共生推進プラン」では多言語での情報提供の充実に関する施策の展開も為されており、具体的には、

- ・愛知県多文化共生センター「相談・情報カウンター」の運営（日・英・蘭・西・中に対応）
- ・愛知県図書館「多文化サービスコーナー」の充実（日・蘭・中・韓に対応）
- ・ウェブページを活用した多言語情報の充実として、愛知県国際交流情報シ

ステム（i-net）を運営（日・英・蘭・西・中・韓に対応）

・愛知県警察が「生活の安全・安心」に関するリーフレットを作成（日・英・蘭・西・中・韓・比に対応）

などが挙げられる。いずれも〔日・英・中・韓〕を主要言語として重要視していることから、デパートにおいて〔日・英・中・韓〕化が顕著にあったことに影響しているとも考えられる。しかしながら、デパートには前述した住民向けの多言語サービスと違って、南米人向けのポルトガル語やスペイン語がなく、タイ語が使用されていたことは興味深い。

これに関して、「実際の客の要望以外に、デパートのイメージ・格付けのために（知的よりは情的な）言語選択が行われることがある」（庄司博史他（2009））ことなどが理由として考えられるが、今回は別の要因があるだろう。このことについては、7.5.「特異な店舗」にて詳しく述べる。愛知県内のデパートの多言語対応には、宮島（1995）で示されている大阪圏デパートが、1990年に開催された「国際花と緑の博覧会」、1994年の関西国際空港開港を機に「日・英・中・韓」表示がスタンダード化したような特別なきっかけが指摘できる。一つは、2005年に愛知県愛知郡長久手町（現・長久手市）と同県瀬戸市を会場とし「愛・地球博」と呼ばれた「2005年日本国際博覧会」（以下、愛知万博）の開催であり、もう一つは、同じく2005年の中部国際空港の開港である。中部の主要な鉄道会社では、愛知万博や中部国際空港の開港を機に英語以外の多言語表示が進んだ。同じく名古屋市内のデパートでも、〔日・英・中・韓〕をスタンダードとするきっかけになったと指摘できよう。

7.2. 愛知県の地域性

2014年の愛知県多文化共生推進室による「愛知県における外国人住民数の国籍（出身地）別内訳（平成25年12月末現在）について」（表8参照）によると、県内の外国人登録者のうち約25%をブラジル人が占め、以下、中国、韓国・朝鮮、フィリピン、ペルーと続いている。

本稿の調査の結果によると、名古屋市内のデパートはパンフレットとHPに関しては日英中韓の4言語使用の傾向があり、名古屋市外は日英の2言語使用の傾向があった。店内掲示についてはどちらも日英の2言語使用の傾向があっ

表 8 愛知県における外国人住民数の国籍（出身地）別内訳（平成 25 年 12 月末日現在）

国籍（出身地）	住 民 数	割 合
ブラジル	48,730 人	24.6%
中 国	46,680 人	23.6%
韓国・朝鮮	36,569 人	18.5%
フィリピン	27,519 人	13.9%
ペ ル ー	7,279 人	3.7%
そ の 他	31,031 人	15.7%
総 数	197,808 人	100.0%

表 9 日本・愛知県への国別外客数

	日 本		愛知県	
2010	計	8,611,175 人	計	93.8 万人
2011	計	6,218,752 人	計	54.7 万人
	韓 国	1,658,073 人	中 国	23.4 万人
	中 国	1,043,246 人	韓 国	7.1 万人
	台 湾	993,974 人	台 湾	6.7 万人
	米 国	565,887 人	米 国	2.9 万人
	香 港	364,865 人	タ イ	1.5 万人

（あいち国際戦略プラン、2011 より引用）

た。愛知県に在住する外国人の約 4 分の 1 がブラジル人であることから、愛知県の地域性が反映されるのならば、ポルトガル語の表示が増えるものと予測される。しかし、実際にはほとんど反映されていないのが現状である。今後デパートなどの商業施設もポルトガル語による案内表示や他の言語サービスを検討していく余地があるだろう。ベトナムやネパールなど東南アジアの国々からの訪日外国人が増えてきている。今後はそういった国々の言語に対応していくことも必要となってくるだろう。また、年間約 55 万人もの外国人が愛知県を訪れている現状（表 9）を踏まえると、商業施設での言語サービスが一層求められており、言語サービスの向上が売り上げにもよい影響を及ぼす可能性もあるだろう。

表 10 愛知県市町村別外国人登録者数（平成 23 年）

市町村	登録者数	割 合
名 古 屋 市	66,952 人	33.4%
豊 橋 市	15,819 人	7.9%
豊 田 市	13,998 人	7.0%
岡 崎 市	9,906 人	4.9%
小 牧 市	7,714 人	3.8%
⋮		
⋮		
一 宮 市	4,886 人	1.29%

7.3. 地域差とその背景

地域差については、おおまかに 3 点指摘できる。第一には「名古屋市内：多言語表示傾向」対「名古屋市外：単言語表示傾向」、つぎに「名古屋市内にありながらも〔日・英〕2 言語表示の店舗の存在」、そして「名古屋市外における多言語表示対応の始まり」である。

地域差の生じた要因を検討する。まず、地域ごとの日本語以外の言語を使用する外国人登録者数や訪問者数との関連が推測される。外国人登録者数からみると、名古屋市が最も多く、豊橋市、豊田市、岡崎市、……一宮市と続く（表 10）。市町村別の訪問者についての基礎データは存在しなかったが、この結果は名古屋市内が名古屋市外に比べ多言語化が進行している現状を作り出している要因となっているだろう。

つぎに名古屋市内にありながらも〔日・英〕2 言語表示の店舗の存在について述べる。名古屋駅に店舗を構える近鉄パッセと名古屋市千種区に店舗を構える星ヶ丘三越が、これに相当する。近鉄パッセについては後述の特異な店舗にて報告する。星ヶ丘三越については、いわゆる“高級住宅街”と呼ばれる星ヶ丘の地域性を指摘したい。星ヶ丘地区は豊かな自然と高い都市機能を兼ね備えており、必然的に地価や家賃も高くなる⁷。よって星ヶ丘地区に居を構える外国人はある程度の収入や語学力を持つ者ばかりとなり、単純に外国人が少ないのである。必然的にあまり多言語対応が迫られるということがなく、実用という観点から導入された経緯ももちろんあるだろうが、星ヶ丘三越の〔日・英〕2 言語表示は土地柄のイメージ戦略やアクセサリ的な視点が強く反映された結

果であると言えるだろう。

名古屋市外における多言語表示対応の始まりがみられた地域の特徴について述べる。豊田市は愛知県の三河地方に位置し、トヨタ自動車を主体とする世界有数の自動車産業の集積地として有名である。また南米系をはじめとする多くの外国人労働者が住む街でもある。松坂屋豊田店から徒歩1分の場所にある豊田市駅は、1日に3万人近くも利用しており、運行上も重要な拠点駅である。豊橋市は愛知県の南東部に位置し、三河地区の中心都市であり、同地区の人口の約半数を占める。ほの国百貨店すぐ近くにある豊橋駅は、隣接する駅も含めて多数の鉄道路線が伸び、加えて路面電車・路線バスなどの公共交通機関も集中しており、「東三河の交通拠点」として位置づけられている。このようなターミナル駅周辺地域では、交通・商業・文化などの様々な要素が相互に作用し都市化が進むとされている（田中、2007a）。名古屋市外における多言語化の始まりが見られる地域は、ターミナル駅を擁する地域である。名古屋市に近い環境が整いつつある地点であることが、多言語化が始まった要因であると推測できる。

7.4. 調査項目による違い

調査項目の観点からは、HP がもっとも多言語表示化しており、ついでパンフレットが多言語化していた。一方、店内掲示の多言語化はあまり進んでいなかった。これに関しては東京圏の調査結果（田中、2007a）と同様の結果であるといえる。これは、今回調査対象とした店内掲示（全館案内図）は、ほぼ同じ内容がパンフレットに記載されていること、またそうでなくとも、売り場は「見れば分かる」という場合がほとんどであり、トイレや非常口など重要な箇所はピクトグラムで用が足りるため、多言語表示対応の必要性が相対的に低いものと推測できる。また、店内掲示を設置するための改装にも相当な時間やコストがかかることが推測される。そのコストと比較すると、HP の多言語化は最も低コストで達成でき、パンフレットも事前に翻訳したものを印字・配架するだけで、こちらも低コストで対応できる。相対的に低コストで多言語化に対応できるため、HP とパンフレットの多言語化が先行したものと推測される。

7.5. 特異な店舗

特異な店舗としては、パンフレットと HP において唯一タイ語に対応している JR 高島屋と、パンフレットが存在せず HP のメニューバーを [英] 表記のみとした近鉄パッセが挙げられる。

このうち、JR 高島屋のタイ語への対応については、現状において必要とされている言語に対応した形であると推測できる。表 7 で示した通り、タイは訪日外国人旅行者数で 6 位につけており、非常に訪日者数が増えてきている国である。よってタイ語への対応も必然的に迫られてきているものと考えられる。JR 高島屋は愛知県内においては最も多言語化が先行し、[日・英・中・韓 +] タイプを示す先進的な店舗であるといえるだろう。

近鉄パッセについては、客層が若年層であるということが指摘できる。近鉄パッセは若者向けのレディースファッションに特化しており、来店する客層も若い女性が多い。HP のメニューバーにおける [英] 単言語表記も、若年層に向けてのアクセサリイの意味合いが強く実質的な情報提供は為されていない。つまり、店舗側としては外国人顧客が訪問することをそれほど期待していないため、実質的な情報提供をするための多言語表示対応のパンフレット・HP・店内掲示が存在しないと推測できるのではないが。

8. おわりに

本稿では愛知県内の多言語表示の状況についてデパートを対象に調査し報告した。また、その調査結果を東京圏のデパートにおける多言語表示状況の調査結果（田中、2007a）と静岡市内のデパートにおける多言語表示状況の調査結果（谷、2010）と比較することにより、愛知県の地域性がデパートの多言語表示に現れるかどうか、また現れる場合その要因について検討した。

その結果、パンフレットの多言語表示に関しては東京 23 区内と静岡市内の中間に位置し、全館案内図と HP に関しては東京 23 区内・静岡市内のいずれをも上回ることが明らかになった。また、田中（2007a）によると、東京では店舗のある地区に多く居住したり訪問したりする外国人の母語に応じた言語表示がされる例が見受けられたが、愛知県の場合にはそのようなケースは見られ

なかった。愛知県の地域性が反映されるのならば、ポルトガル語やフィリピン語、スペイン語、タイ語の表示が増えるものと予測されるが、実際にはほとんど反映されていないのが現状であった。今後デパートなどの商業施設でも、ポルトガル語などによる案内表示や言語サービスを考慮する余地があるのではないだろうか。

しかし、これは言語景観という課題の中で、ごく一部について検討した結果に過ぎない。視点の置き場所・見方によって異なる風景が現れるように、調査対象・調査場所が異なれば、また異なる結果が出ることが予測できる。そして時間の経過とともに、愛知県のデパートの多言語表示状況も刻々と変化していくだろう。どのような方向に変化していくのが興味深い。これらについては、今後の課題としたい。

最後に、今後の課題としていくつかの観点を挙げて、筆を擱く。

- ・今回比較対象とした先行研究の調査時点と、本稿の調査時点とでは、最大で10年近くの開きがある。東京圏や静岡市内との単純な地域比較には問題があり、経年変化という要素について考慮する必要がある。東京圏や静岡市内の今日の状況はどうなっているのか。
- ・全国展開をしている企業の店舗においては、他都市の店舗との関係（企業全体の方針）がどうなっているのか。
- ・調査対象による差異。今回はデパートを対象としたが、観光施設や自治体の施設ではまた違った結果がでると予測される。対象によって、どのような特徴が観察されるか非常に興味深い。
- ・地域による差異。愛知県は大きく分けて尾張地方、西三河地方、東三河地方の3地域に分けられ、それぞれの地域に特性があることから、今後は地域別に調査することも考えていきたい。
- ・一口に言語景観といっても広義にわたる。今回は目に見える視覚景観のみの調査としたが、店内放送などの耳に入る音声景観なども視野に入れていきたい。
- ・デパートで働く人々（従業員）の言語能力は対象外とした。店舗の言語景観と従業員の言語能力の相関なども、研究課題となりそうである。

【注】

- 1 田中（2007a）では「一つでも翻訳されている項目があれば、その言語を使用言語として数えた」とあり、本調査でも「表紙の文字」だけにでも外国語が使用されていれば、その外国語を使用言語としてカウントした。
- 2 近鉄パッセはパンフレット発行なし。JR 高島屋・名鉄百貨店本店・丸栄・松坂屋名古屋本店・栄三越は日本語版と外国語版の分冊形式で発行。
- 3 一般には「絵文字」などと呼ばれ、何らかの情報や注意を示すために表示される視覚記号（サイン）の一つ。
- 4 トップページにある、日本語以外の同内容の他言語サイトへのリンクを示すボタンのこと。
- 5 pdf ファイルに変換された他言語表記でのパンフレットや各階の案内など。
- 6 「訪日外客数の動向 国籍/月別 訪日外客数（2003 年～2014 年）」（日本政府観光局）をもとにした。
- 7 HOME'S 住まいと暮らしのランキング【2013 年、いちばん人気だった街は？】において全国エリア別年間ランキングで“ 東海エリア第 16 位 ”となっている。

【参考文献】

- 井上史雄（2001）『日本語は生き残れるか』PHP 研究所
- 井上史雄（2009）『経済言語学からみた言語景観——過去と現在』（庄司博史他（2009）所収）
- 庄司博史・P・バックハウス・F・クルマス編（2009）『日本の言語景観』三元社
- 多言語化現象研究会編（2013）『多言語社会日本——その現状と課題——』三元社
- 田中ゆかり・上倉牧子・秋山智美・須藤央（2007a）『東京圏の言語的多様性——東京圏デパート言語景観調査から——』『社会言語科学』10（1）
- 田中ゆかり・秋山智美・上倉牧子（2007b）『ネット上の言語景観——東京圏のデパート・自治体・観光サイトから——』『月刊言語』36（7）
- 田中ゆかり（2009）『首都圏の多言語表示——“ 標準化 ” の観点から——』『日本語学』28（6）
- 谷誠司（2010）『静岡市内の言語景観調査——デパートを中心に』『常葉学園大学研究紀要』26
- 宮島達夫（1995）『多言語社会への対応——大阪：1994 年』『阪大日本語研究』7

【主要参考 HP】

- 愛知県（2011）『あいち多文化共生推進プラン』
<http://www.pref.aichi.jp/0000013532.html>
- 愛知県（2014）『愛知県内の外国人登録者数の状況』
<http://www.pref.aichi.jp/0000048722.html>
- 愛知県国際交流協会

<http://www2.aia.pref.aichi.jp/>

愛知県 (2011) 「あいち国際戦略プラン」

<http://www.pref.aichi.jp/0000059981.html>

ジェイアール高島屋

<http://www.jr-takashimaya.co.jp/>

名鉄百貨店本店

<http://www.e-meitetsu.com/mds/index.html>

近鉄パッセ

<http://www.passe.co.jp/>

松坂屋名古屋本店

<http://www.matsuzakaya.co.jp/nagoya/>

丸栄

<http://www.maruei.ne.jp/>

栄三越

<http://nagoya.mitsukoshi.co.jp/>

星ヶ丘三越

<http://mitsukoshi.mistore.jp/store/hoshigaoka/index.html>

西武岡崎

<https://www.sogo-seibu.jp/okazaki/>

ほの国百貨店

<http://honokuni-dept.jp/>

名鉄百貨店一宮店

<http://www.e-meitetsu.com/mds/ichinomiya/>

松坂屋豊田店

<http://www.matsuzakaya.co.jp/toyota/>

【付記】本稿は 2014 年度の卒業研究をもとに、まとめなおしたものです。愛知県内デパート調査時には、各店舗担当者のみなさまに大変お世話になりました。あらためてお礼申し上げます。

また、卒業研究には付載していた、各デパートのパンフレット・掲示・HP の写真類は、本稿作成にあたり、その一切を割愛し、結果のみの報告とさせていただいたことを、お断り申し上げます。

(中京大学学部生)